

Die Sicherung von Qualität und Innovationskraft bleibt wichtigste Aufgabe in der Zusammenarbeit der Verbände der Markt- und Sozialforschung

Deutschlands Verbände der Markt- und Sozialforschung zur gemeinsamen Qualitätssicherung in der von technologischem und methodischem Wandel geprägten Branche

Berlin, 12. Februar 2019 – Am 8. Februar hatte der BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e. V. als diesjähriger Gastgeber die Vertreter der Verbände ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e. V., Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e. V. (ASI), und Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung – DGOF e. V. nach Berlin zum 14. „Weinheimer Gespräch“ eingeladen. Thematischer Schwerpunkt des diesjährigen Treffens war es, Aktivitäten zur Sicherung hoher Qualitätsstandards der Branche zu bündeln und voranzutreiben sowie diese an methodisch-technische Entwicklungen anzupassen.

In diesem Zusammenhang diskutierten und beschlossen die Verbandsvertreter für das Jahr 2019 folgende gemeinsame Aktivitäten:

1. Wir stellen überarbeitete Richtlinien zur Verfügung

Insbesondere die DSGVO macht eine Aktualisierung unserer Richtlinien erforderlich. Aktuell befinden sich die Richtlinien im Abstimmungsprozess. Dabei geht es auch um die Verbesserung von Verständlichkeit und Anwendbarkeit.

Wichtig ist uns neben der Berücksichtigung gesetzlicher Vorgaben der respektvolle Umgang mit allen am Forschungsprozess Beteiligten. Ziel ist es, die Akzeptanz und das Vertrauen in die Qualität unserer Arbeit zu stärken.

2. Wir aktualisieren die Qualitätsstandards der Branche

Nach der anstehenden Verabschiedung der überarbeiteten ISO 20252 sind die damit zusammenhängenden branchenspezifischen Qualitätsstandards zu aktualisieren. In Abgrenzung zu den Richtlinien, die **berufsethische und gesetzliche Anforderungen** beinhalten, dienen die Qualitätsstandards der ISO 20252 als Rahmen für das, was in der Branche als „**gute Forschung**“ gilt. Wir wollen dabei konkrete Handreichungen und Checklisten für Ausschreibungen, Angebote und Berichte erarbeiten, um Transparenz und Vergleichbarkeit zu ermöglichen.

3. Wir stärken Interviewer

Interviewer sind Gesicht und eine wichtige Stimme der Branche gegenüber Befragten. Sie spielen zugleich eine zentrale Rolle bei der Gewinnung von qualitativ hochwertigen und validen Daten. Sie müssen einerseits für die Teilnahme an einer Befragung werben und andererseits die Fragen neutral und verständlich vermitteln. Die Verbände sind sich einig darüber, dass sie die Relevanz und Qualität dieser Arbeit stärker hervorheben und kommunizieren wollen. Darüber hinaus sollen Interviewer beispielsweise durch Online-Kurse, Best-Practice-Training und Schulungsmaterialien in dieser anspruchsvollen Arbeit besser unterstützt werden.

4. Wir investieren in Qualifikation

Mit der Ausbildung zum/zur Fachangestellten für Markt- und Sozialforschung gibt es seit nunmehr 12 Jahren einen wissenschaftsnahen und praxisorientierten Ausbildungsberuf, der Unternehmen und Institutionen qualifizierte Nachwuchskräfte verschafft und jungen Berufseinsteigern ein praxisorientiertes, spannendes und herausforderndes Berufsfeld eröffnet. Die Verbände verständigten sich darauf, in noch größerem Umfang als bisher bei ihren Instituten und bei betrieblichen Marktforschern für Ausbildungsangebote und bei Schülerinnen und Schülern sowie Studienabbrecherinnen und -abbrechern für diesen attraktiven Ausbildungsberuf zu werben. Auf regionalen Veranstaltungen und nationalen Kongressen sowie durch andere Informationsangebote

wird auf diese Möglichkeit der Nachwuchsförderung und -beschaffung hingewiesen. Es wird angestrebt, diese Ausbildung in Berufsberatung, Arbeitsagenturen, Hochschulen und Industrie- und Handelskammern besser zu verankern. Darüber hinaus wollen wir etwa mit Umfragen mögliche Informations- und Beratungsdefizite bei zukünftigen Auszubildenden identifizieren und das Potential dieses Ausbildungsberufs – beispielsweise über Preisverleihungen und die Hervorhebung besonderer Leistungen – sichtbar machen und fördern.

5. Wir setzen auf Kommunikation

Die Verbände haben auch einstimmig beschlossen, weiterhin mittels Veranstaltungsangeboten, Publikationen und Pressearbeit beständig Kontakt zu Politik, Presse, Aufsichtsbehörden, Statistik und akademischer Forschung zu unterhalten.

Das 15. „Weinheimer Gespräch“ wird im Februar 2020 auf Einladung von ASI und DGOF in Köln stattfinden.

Zum „Weinheimer Gespräch“

Seit 2005 treffen sich einmal jährlich die Spitzenvertreter der deutschen Marktforschungs- und Sozialforschungsverbände ADM, ASI, BVM und DGOF zum sogenannten „Weinheimer Gespräch“ - in Anlehnung an das erste Treffen 1991 in Weinheim. Das „Weinheimer Gespräch“ ist ein Arbeits- und Diskussionsforum, um sich über aktuelle Branchenthemen auszutauschen.

Kontakt:

[BVM Berufsverband Deutscher Markt- und Sozialforscher e.V.](#)

[ADM Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.](#)

[Arbeitsgemeinschaft Sozialwissenschaftlicher Institute e.V. \(ASI\)](#)

[Deutsche Gesellschaft für Online-Forschung – DGOF e.V.](#)
